

**MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO**  
MEMORY OF THE FINAL DEGREE WORK

**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN UNA COOPERATIVA FARMACÉUTICA:**  
**COOPERATIVA FARMACÉUTICA DE TENERIFE**

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN A PHARMACEUTICAL COOPERATIVE:  
COOPERATIVA FARMACÉUTICA DE TENERIFE

**Autoras/authors:** D<sup>a</sup>. Davinia Hernández García

D<sup>a</sup>. Dácil Koch Ramos

Tutor: D. Darío Hernández Hernández

**Grado en Contabilidad y Finanzas / Degree in Accounting and Finance**

**FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO.**

FACULTY OF ECONOMICS, BUSINESS AND TOURISM.

**Curso Académico 2019/2020 / Academic Course 2019/2020**

**Convocatoria julio 2020 / Announcement july 2020**

EN SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA, A 07 DE JULIO DE 2020

## **RESUMEN**

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha ido aumentando seguidores a lo largo de estos últimos años. Cada vez son más las empresas que la incluyen como un pilar fundamental de su estructura organizativa, incluso en sectores poco conocidos como el sector farmacéutico. La RSC proporciona beneficios sociales añadidos a este sector y, por supuesto, a sus cooperativas: influye en los hábitos de la sociedad para mejorar su calidad de vida y minimiza el impacto ambiental y social de la Cooperativa Farmacéutica y de sus partners (socios), más allá de querer obtener con ello algún beneficio económico.

## **ABSTRACT**

Corporate Social Responsibility (CSR) has experimented an increase of followers in recent years. More and more companies are including it as the foundation of their organizational structure, even in lesser known sectors such as the pharmaceutical sector. CSR provides additional social benefits to this sector and, of course, to its cooperatives: it influences the habits of society to improve their quality of life and minimizes the environmental and social impact of the Pharmaceutical Cooperative and its partners, beyond wanting to obtain some economic benefit with it.

*Palabras clave:* Responsabilidad Social Corporativa; cooperativa farmacéutica; hábitos de la sociedad; impacto social y medio ambiental.

*Keywords:* Corporate Social Responsibility; pharmaceutical cooperative; habits of society; environmental and social impact.

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

<b>1. COFARTE COMO EMPRESA COMPROMETIDA</b>	<b>3</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO</b>	<b>5</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA RSC</b>	<b>5</b>
<b>2.2. FUNDAMENTOS BÁSICOS DE LA RSC</b>	<b>6</b>
2.2.1 Principios de la RSC	6
2.2.2 Dimensiones de la RSC	6
<b>2.3. NORMATIVA NACIONAL, EUROPEA E INTERNACIONAL</b>	<b>7</b>
2.3.1. Normativa nacional: Calidad ISO 26000	7
2.3.2. Normativa europea: Libro Verde	8
2.3.3 Normativa internacional: OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	8
<b>3. METODOLOGÍA</b>	<b>9</b>
3.1. FASES DE IMPLANTACIÓN	10
<b>3.2. COFARTE COMO EMPRESA SUSTENTABLE</b>	<b>12</b>
<b>4. ANÁLISIS Y RESULTADOS</b>	<b>20</b>
4.1. ENCUESTA A UN TARGET ESPECÍFICO	20
4.2. FASES DE IMPLANTACIÓN DE LA RSC DE COFARTE	22
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>23</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA</b>	<b>26</b>
<b>ANEXO</b>	<b>27</b>

### ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS, FIGURAS O GRÁFICOS

<b>1. GRÁFICOS SOBRE ENCUESTA RSC</b>	<b>21 - 22</b>
---------------------------------------	----------------

## **INTRODUCCIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

La Responsabilidad Social Corporativa o RSC es una forma de actuación que adoptan las empresas, en la que se atiende a los posibles impactos que su actividad puede causar tanto en su entorno más cercano, en el que se incluyen los clientes y los empleados, como en el entorno que las rodea, la sociedad y el medio ambiente.

Permite a las empresas grandes y pequeñas adoptar cambios positivos que repercuten a nivel global en el entorno, en la relación con los consumidores y en ellos mismos.

La RSC ayuda a generar confianza, crear conciencia y fomentar el cambio social. Aunque hay miles de empresas que hacen su labor, es en las grandes corporaciones globales donde los resultados de largo alcance pueden afectar en los principales problemas mundiales, desde el hambre y la salud, hasta el calentamiento global.

Nuestro propósito es ver cómo las Cooperativas de Farmacias incluyen en sus objetivos diarios la Responsabilidad Social Corporativa y de qué forma incide directamente en la población, en la salud y en los hábitos de la sociedad para mejorar su calidad de vida.

Las Cooperativas Farmacéuticas son creadas con el propósito voluntario de satisfacer las necesidades y el abastecimiento de medicamentos, productos sanitarios y servicios, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. En la actualidad, la Responsabilidad Social Corporativa está presente, incluyendo este sector, en todos los organismos y empresas que quieren mejorar su impacto frente al entorno.

Por su parte, la Cooperativa Farmacéutica de Tenerife (COFARTE, S. Coop.) ha actuado siempre en base a unos principios fundacionales, actualizados con una visión a corto y largo plazo de desarrollo en RSC. Es una empresa sólida y sostenible en el sector de la distribución de medicamentos y productos sanitarios, que sirve de nexo estratégico, contribuyendo al desarrollo y creación de valor en las oficinas de farmacia, las Administraciones Públicas y la Industria, para la mejora del sistema sanitario en beneficio del paciente y la sociedad, es decir, en la aplicación de una Responsabilidad Social Corporativa, para la mejora funcional de la compañía, en cuanto a su entorno, sus socios, sus proveedores, sus clientes, etc.

Para poder entender, en todo su conjunto, la justificación de este estudio nos gustaría empezar mencionando la siguiente frase de Nelson Mandela: "Nunca tendrás un impacto en la sociedad si no cambias primero tu persona". Esta frase está estrechamente relacionada con la creación de una sociedad sustentable, una sociedad enfocada a ser más: más responsable, más ecológica, más solidaria, más comprometida. La palabra sustentabilidad, cuya definición trae consigo varios enfoques dependiendo del autor, nos dará una visión más clara de lo que comentamos.

Según el estudio "El concepto moderno de sustentabilidad" realizado por el Ing. Arturo M. Calvente de la Universidad Abierta Interamericana, la definición de sustentabilidad engloba "la habilidad de lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo protegiendo al mismo

tiempo los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas”. Justamente habla de una sociedad moderna con su conjunto de personas ecoresponsables, que viven en sus respectivas naciones y que cumplen una serie de normas fundamentales para la convivencia. Esta sociedad hace funcionar los motores económicos de dichas naciones, es decir, las empresas locales, las nacionales e, incluso, las internacionales. Por ello, si hablamos de una sociedad sustentable, directamente nos viene a la cabeza la descripción de empresa sustentable. Esta compañía sería una empresa que logra afianzarse en el mercado con una solidez financiera protegiendo al mismo tiempo el medioambiente e influyendo en la calidad de vida de su sociedad.

Como mencionamos anteriormente, si la RSC es una forma de actuación que adoptan las empresas, atendiendo principalmente en los posibles impactos que su actividad puede ocasionar tanto en su entorno más cercano como en el entorno que las rodea, ¿no estaremos hablando, entonces, de empresas sustentables?

Al final, llegamos a lo mismo, un ente, persona o empresa, cambia sus valores hacia unos más renovados y concienciados para mejorar un entorno que, actualmente, se encuentra en un estado de deficiencia en cuanto a solidaridad y ecología, en menor o mayor grado. En el mundo farmacéutico no iba a ser diferente.

Ya hemos comentado en los párrafos anteriores, formas en las que la Responsabilidad Social Corporativa se puede ver involucrada en una Cooperativa Farmacéutica pero solo son pinceladas de lo que se puede llegar a alcanzar. En este estudio pretendemos comprobar que, para conseguir optimizar la RSC, hemos de realizar ciertos procedimientos, propósitos, que consideramos como básicos y, con ello, conseguiremos determinar los siguientes objetivos:

1. La Cooperativa de Oficinas de Farmacia, influye de manera indirecta y directa, en mayor o menor medida, en los hábitos de la sociedad para mejorar su calidad de vida mediante una RSC efectiva.
2. La Rentabilidad o Feedback que supone invertir en RSC para una Cooperativa Farmacéutica.
3. La magnitud conseguida gracias a la creación de valor que genera la RSC para la Cooperativa.
4. La RSC es una manera de minimizar el impacto ambiental y social de la Cooperativa Farmacéutica y de sus partners (socios), más allá de querer obtener con ello algún beneficio económico.

## 1. COFARTE COMO EMPRESA COMPROMETIDA

Cooperativismo, orientación al paciente y al cliente, compromiso con Canarias, cercanía, confianza, excelencia, profesionalidad, calidad, innovación, competitividad, adaptación al cambio, responsabilidad y transparencia en los servicios, son los valores que inspiran y mueven los motores de la Cooperativa Farmacéutica de Tenerife. Esta empresa define sus valores como una representación de su esencia actual, una forma de comportarse con el entorno, con el sector farmacéutico, con los clientes, y con los destinatarios finales. De esta forma, genera su misión y visión para-con la sociedad.

COFARTE define su misión como la prestación de servicios de distribución farmacéutica, según lo mencionado en su página web [www.cofarte.es](http://www.cofarte.es): “a través de un modelo de gestión solidario, sostenible y con arraigo a la provincia de Santa Cruz de Tenerife, ofreciendo un servicio excelente y personalizado a las oficinas de farmacia, bajo un fuerte espíritu cooperativista y orgullo de pertenencia, y creando valor para la sociedad en general y el paciente en particular”.

Por lo que su visión es el reconocimiento como empresa líder en el sector de la distribución cooperativa farmacéutica canaria en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, “que fomente e impulse su esencia cooperativista y su excelencia, su relevancia en el sistema canario de salud y la innovación y mejora continua como herramienta clave para su sostenibilidad (financiera, social y ambiental) en el largo plazo”.

Esta empresa canaria es parte del Grupo Bidafarma, grupo cooperativo nacional de segundo grado en el que también está integrado su Cooperativa vecina COFARCA, Cooperativa Farmacéutica de Gran Canaria. Cabe mencionar que las Cooperativas que integran el Grupo Bida siguen manteniendo su autonomía de gestión.

DISTRIBUCIÓN COOPERATIVA FARMACÉUTICA CANARIA es el nombre de la alianza que ha surgido entre COFARTE y COFARCA para aunar valores, políticas y condiciones comerciales y, sobre todo, esfuerzos para competir en un mercado cada vez más exigente. Además, junto al plan de contingencia que llevan desarrollando a lo largo de estos últimos años, han logrado ofrecer a los distintos socios de las dos provincias, no solo un almacén de distribución sino dos, para prestar así el mejor servicio posible. Una unión más allá de lo material, un deseo de reforzar las sinergias de los socios cooperativistas de ambas provincias y potenciar el sentimiento de pertenencia a nuestra tierra, apostando por empresas de capital 100% canario.

Contando con 55 años de experiencia en el sector, COFARTE posee alrededor de unas 30.000 referencias diferentes, que engloban las especialidades farmacéuticas, los productos dietéticos, la parafarmacia, la homeopatía, la veterinaria, los productos químicos, la ortopedia y la óptica; lo que se traduce en una facturación de 215.000.000 de euros anuales. Ello se consigue con una superficie de almacén de 16.000 m<sup>2</sup>, con un equipo humano implicado de 160 empleados directos y 50 indirectos; y con el trabajo directo con los 1.200 laboratorios.

Los vehículos de reparto de la Cooperativa, divididos en 29 rutas, recorren más de un millón de kilómetros anuales para entregar las 100.000 unidades diarias de productos pedidos por las

farmacias. Realizan dos repartos diarios, mañana y tarde, para la entrega de los pedidos a las farmacias de la isla de Tenerife; mientras que las farmacias de La Palma, La Gomera y El Hierro tienen un envío diario. COFARTE dispone de servicios de reparto complementarios para las farmacias de guardia y, también, sirve las faltas a COFARCA. Por ello, su horario de servicio es amplio, permaneciendo abierta la Cooperativa de lunes a domingo, incluyendo, festivos.

En la actualidad cuentan con alrededor de 380 farmacias y 8 botiquines repartidos por toda la provincia de Santa Cruz de Tenerife y asociados a la Cooperativa. A día de hoy, COFARTE es el principal almacén distribuidor de productos farmacéuticos de la provincia, con una cuota media de mercado del 70%, y un referente a nivel nacional en comunicación digital gracias a sus redes sociales.

COFARTE considera una serie de servicios como esenciales para las farmacias como el pedido inicial para aperturas, reformas y traslados; gestión de abonos y caducidades; atención telefónica al socio; departamento de pedidos transfer (condiciones especiales para estos pedidos); asesoramiento en la gestión de compras; y, claramente, el servicio de reparto.

Además, posee otros servicios complementarios y adicionales como el apoyo comercial; asesoramiento financiero; servicio informático; gestión estratégica por categorización de productos; formación online o presencial; Bidamk (servicio de consultoría de Marketing); Farmaturn (servicio de gestión de turnos); Canalbida (sistema de publicidad dinámica por pantallas); Farmapremium (sistema de fidelidad); Soluciones Integrales (servicios añadidos como fontanería, cerrajería...etc.), entre otros.

En COFARTE, ponen especial interés en que los cooperativistas se acerquen a las instalaciones, por ello se ha creado un proyecto corporativo con el que proponen a los farmacéuticos y a los distintos grupos de interés que conozcan y descubran las instalaciones, el almacén, las personas que forman COFARTE y todo lo que en ella se hace a diario. El proyecto se llama Acércate a COFARTE; son visitas en las que hablan y se acompañan para explicarles las opciones que tienen para trabajar con la cooperativa, y que puedan contribuir a la continuidad y el progreso, dándole la importancia que eso supone como socios.

Todos estos servicios, tanto esenciales como complementarios, son en pos de ofrecer un valor añadido a la Oficina de Farmacia para que surja así un intercambio de intereses COFARTE-Farmacias y Farmacias-COFARTE, consiguiendo una simbiosis perfecta entre el socio titular y su Cooperativa, no solo hablamos de una cuestión económica, sino de un sentimiento de pertenencia.

Su política de calidad se enmarca en la norma ISO 9001:2015 sobre el Sistema de Gestión de la Calidad, cuyo objetivo radica en la satisfacción del consumidor gracias a la mejora de aspectos organizativos de la empresa. COFARTE asume el compromiso de desarrollar su actividad empresarial mediante el cumplimiento normativo de la legislación vigente, no solo de su parte sino de todos sus socios, clientes, proveedores y colaboradores para garantizar un suministro de "calidad" de bienes y servicios.

Bajo el lema, “Una gran empresa, comienza por un gran EQUIPO HUMANO.”, COFARTE se reafirma en sus convicciones. Para la Cooperativa, sus colaboradores internos, empleados, forman una parte fundamental e imprescindible de la organización. La dirección de COFARTE se ha comprometido durante años de mantener un capital humano formado, motivado y concienciado en el cumplimiento de la legalidad y de las normas internas de la empresa, siempre teniendo en cuenta los requisitos y necesidades de cada uno de ellos. Fomentando el trabajo en equipo, la empresa considera que todos forman parte de la misma obra, de un mismo proyecto que avanza y mejora con el tiempo. Por ello, disponen una serie de medidas de EFR (Empresa Familiarmente Responsable) para poder llevar a cabo su compromiso con los colaboradores internos que conforman su plantilla.

En resumen, todos los implicados en proceso de distribución son piezas únicas y fundamentales para que el motor de la Cooperativa funcione. Como comenta Eduardo Padilla, el director gerente de la Cooperativa, en el Catálogo Corporativo de la Cooperativa, ed.2018: “Mantener el modelo de distribución cooperativa es fundamental para la garantía sanitaria de toda la población. No es un negocio, es un compromiso adquirido y una responsabilidad de todos.”

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA RSC**

Los antecedentes históricos de la RSC se encuentran en los orígenes de las propias organizaciones, tal y como las conocemos hoy en día. Frente a las condiciones de explotación que sufrieron los trabajadores en el periodo de la Revolución Industrial, surgen líderes empresariales que actúan para cambiar las cosas. Entre ellos podemos destacar a Robert Owen, quien creó una comunidad industrial hoy declarada patrimonio de la humanidad, donde la cooperación y el apoyo mutuo eran las normas, además de demostrar que la producción puede ser eficiente y responsable.

A lo largo del siglo XIX existieron múltiples experiencias en Europa y en España, como el movimiento cooperativo en el sector agropecuario o las cooperativas de consumo. A su vez, en EEUU la educación constituyó el núcleo del pensamiento empresarial sobre la responsabilidad individual y colectiva y fue la principal beneficiada.

El término RSC surge en Estados Unidos durante finales de los 50 y principios de los sesenta a raíz de la Guerra de Vietnam, cuando los ciudadanos comienzan a creer que, a través de su trabajo o comprando ciertos productos, están colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos o con ciertas prácticas éticamente censurables.



## **2.2. FUNDAMENTOS BÁSICOS DE LA RSC**

### **2.2.1. Principios de la RSC**

Para poder establecer la Responsabilidad Social Corporativa, cada organización debe tener en cuenta una serie de principios en los que basar su estrategia y actuaciones:

La RSC incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor como: OIT, Declaración Universal de los Derechos Humanos, Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos, Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.

La Responsabilidad Social Corporativa tiene carácter global, es decir, afecta a todas las áreas de negocio de la empresa, así como a todas las áreas geográficas en donde desarrollen su actividad, lo que afecta de manera directa a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien

También conlleva unos compromisos éticos objetivos que serán de obligado cumplimiento para las entidades que los contraen.

La RSC se debe manifestar en los impactos que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico, y se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés.

Actualmente, COFARTE recoge en su ADN la reversión de parte de sus ingresos a contribuir en la mejora social y medioambiental, tal y como queda reflejado en el *Artículo 61 del Texto refundido Estatutos Sociales de la Asamblea General 2017* de COFARTE: “[...] 1. El Fondo de Educación y Promoción se destinará, en aplicación de las líneas básicas fijadas por la Asamblea General, a actividades que cumplan alguna de las siguientes finalidades: [...] c) La promoción cultural, profesional y asistencial del entorno local o de la comunidad en general, así como la mejora de la calidad de vida y del desarrollo comunitario y las acciones de protección medioambiental”.

### **2.2.2 Dimensiones de la RSC**

También debemos hablar de las dimensiones a las que la RSC llega, tanto a nivel interno como externo.

La dimensión interna, se refiere a las actividades y prácticas que cada organización debe contemplar en su gestión interna, en aspectos como los relacionados con la gestión de recursos humanos, la gestión ética y de buen gobierno, la calidad de los servicios, los sistemas de gestión implantados, y también los aspectos medioambientales vinculados. Esta vía abre una oportunidad para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

Por su parte, la dimensión externa, hace referencia a como la organización desarrolla sus competencias, fomentándolas e impulsándolas en su ámbito geográfico, respetando los derechos de sus grupos de interés, el entorno, el medioambiente y la atención social.

## **2.3. NORMATIVA NACIONAL, EUROPEA E INTERNACIONAL**

La Normativa aplicable a la responsabilidad social corporativa responde no solo a leyes y normas a nivel nacional, sino que, por el hecho de pertenecer a la Unión Europea, se exige también el cumplimiento de normativa europea, incluso normativa internacional común para todas las entidades que apliquen la RSC.

Para el ámbito en el que se desarrolla la Cooperativa, las normativas a las que se debería acoger COFARTE serían múltiples, pero hemos considerado que las más relevantes son las que se detallan a continuación.

### **2.3.1 Normativa Nacional: Calidad ISO 26000**

En la normativa aplicable a nivel nacional destacamos la Norma ISO 26000, que es la validación del concepto de Responsabilidad Social implementado en una organización. Mediante esta norma se certifica que la organización sigue las directrices de un comportamiento socialmente responsable en la organización.

Esta norma es de utilidad para todo tipo de empresas ya sean pequeñas, grandes, públicas o privadas, de países desarrollados o en vías de desarrollo.

La ISO 26000 establece requisitos para la protección de la salud, la seguridad, la protección del medio ambiente, las prácticas comerciales éticas y los principios con el objetivo de lograr el desarrollo sostenible y con ella se logra:

- Mejorar la percepción de los inversores, propietarios, patrocinadores y financiadores
- Mejora la reputación de la organización hacia las administraciones públicas, hacia la sociedad, el mercado
- Mejora los principios éticos, la motivación y la determinación y productividad de los empleados
- Influye positivamente en la retención de clientes clave
- Mantiene la competitividad general

Como ya se mencionó en el apartado introductorio de COFARTE como empresa comprometida, la Cooperativa adopta medidas de Calidad, exactamente en la norma ISO 9001:2015 sobre el Sistema de Gestión de la Calidad, en todo su proceso de distribución mejorando así los aspectos organizativos de la empresa. La ISO 26000, es una normativa de Calidad específica para la RSC por lo que, si COFARTE está desarrollando medidas de desarrollo sostenible, debería centrar también su política de Calidad en esa dirección.

### **2.3.2 Normativa Europea: Libro Verde**

La normativa europea en cuestión de RSC, establece las directrices para su aplicación a todas aquellas entidades que incurren dentro del entorno geográfico, y de dicha normativa cabe destacar El Libro Verde sobre cómo Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas de 2001 aprobado por la Comisión de las Comunidades Europeas, en la que se expresa:

[...] A nivel europeo, el reto consiste en determinar la manera en que la responsabilidad social de las empresas puede contribuir al objetivo establecido en Lisboa de desarrollar una economía basada en el conocimiento competitiva, dinámica y socialmente cohesionada [...] La Comunicación de la Comisión sobre desarrollo sostenible, aprobada en el Consejo Europeo de Gotemburgo, hizo hincapié en la importancia de la responsabilidad social de las empresas: «La actuación pública también desempeña un papel fundamental a la hora de crear una mayor sensación de responsabilidad social colectiva y de establecer un marco por el que las empresas deban integrar consideraciones ambientales y sociales en sus actividades. [...] Debería animarse a las empresas a adoptar un enfoque proactivo en materia de desarrollo sostenible en sus operaciones, tanto dentro como fuera de la Unión Europea».

COFARTE posee acciones dirigidas a la RSC desarrolladas tanto internamente como de manera externa, es decir, además de promover medidas en sus instalaciones y con su equipo humano, difunde valores de desarrollo sostenible a todas sus farmacias socias. Con ello se consigue un efecto dominó donde cada ficha mueve la responsabilidad social de la siguiente y así hasta llegar al consumidor final de las Oficinas de Farmacia, justamente los principios que quieren fomentar desde el Libro Verde hacia las empresas privadas y públicas.

### **2.3.3 Normativa Internacional: OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

Como consecuencia de la evolución de la humanidad en un planeta limitado de recursos y su globalización, se ha intensificado el trato de carácter destructivo con la biodiversidad, con las relaciones humanas y con el entorno mundial. Por ello, el 25 de septiembre de 2015, España, junto con otros 193 países, tomaron conciencia de la realidad de esta situación y adoptaron un acuerdo en Naciones Unidas: la AGENDA 2030, una agenda de desarrollo sostenible. Un compromiso internacional con vigencia hasta el año 2030 y que reconoce la importancia de abordar, a la vez, la lucha contra la pobreza garantizando la prosperidad; el cuidado y protección del planeta; y la disminución de las desigualdades entre las personas. España, como los demás países miembros, incorpora esta agenda en su centro de visión y de acción del Estado, representando así una forma de actuación clave para alcanzar dichos objetivos. Los países integrantes incentivan el cumplimiento de las mismas no solo en su propio estado de Gobierno sino también en el sector privado, la sociedad civil y todas las personas que componen nuestra sociedad; creando incluso hasta hashtags que promuevan dicho movimiento: #ODSéate #Soy2030.

Sus contenidos se podrían dividir en 5 elementos fundamentales: personas, planeta, prosperidad, paz y alianzas (véase anexo 1, Cinco principios del desarrollo sustentable); y para conseguirlos se proponen los 17 ODS: los objetivos de desarrollo sostenible (véase anexo 1,

Cuadro estructura ODS). Cada uno de ellos posee sus propias metas específicas que aclaran el contenido de los mismos.

1. Fin de la pobreza
2. Hambre 0
3. Buena salud
4. Educación de Calidad
5. Igualdad de Género
6. Agua potable y saneamiento
7. Energías sostenibles
8. Empleo y crecimiento económico
9. Innovación e infraestructuras
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y Comunidades sostenibles
12. Consumo y producción sostenibles
13. Acción por el clima
14. Vida submarina
15. Flora y fauna terrestre
16. Paz y justicia
17. Alianza para el logro de los objetivos

La Cooperativa ha trabajado en un Plan Estratégico 2019-2023 que aborda la definición de la misión, visión, valores, ejes, líneas y objetivos estratégicos de la Cooperativa. Dentro de este Plan Estratégico 2019-2023, se incluye una batería de acciones que COFARTE implantará durante estos años. El contenido de las mismas engloba muchas secciones de la Cooperativa desde la misma logística y proceso de distribución hasta el Marketing y la Comunicación. Por ello, no es de extrañar que se hayan incorporado objetivos de RSC, que ayuden a la Cooperativa a alcanzar un desarrollo sostenible. La empresa tiene en cuenta esta línea de trabajo, pero todavía no ha llegado a desarrollar una clasificación estricta de las mismas según los objetivos de la Agenda 2030, a los que la Cooperativa tiene intención de acogerse con la mayor brevedad.

### **3. METODOLOGÍA DEL TRABAJO**

Las condiciones de nuestro entorno, generadas por la pandemia Covid-19, han cambiado drásticamente desde mediados de marzo de 2020 y por tanto, nuestros hábitos de vida, de trabajo y de estudio. La capacidad de adaptación a este nuevo escenario ha sido un factor clave para la realización de cualquier actividad, sea laboral o académica. Por ello, es importante remarcar que la situación nos ha conllevado a una restricción de la búsqueda de información teórica sobre el tema que tratamos, la Responsabilidad Social Corporativa. También, el estado de confinamiento en el que nos encontrábamos, nos ha dificultado el acceso a dicha bibliografía lo que nos ha obligado a recurrir, en mayor medida, a las fuentes digitales para sustraer las bases teóricas de la investigación.

### 3.1. FASES DE IMPLANTACIÓN

Habiendo abordado ya el marco teórico en el que nos encontramos con la Responsabilidad Social Corporativa y el sector de la distribución farmacéutica, nos adentramos en la metodología para llevar a cabo una RSC eficiente.

En primer lugar, hay que considerar las fases de implantación de estrategias para la RSC de COFARTE, calificando su estado y previendo su futura evolución con las condiciones actuales del entorno. Se debería hacer especial énfasis en el estado de alarma generado por la pandemia Covid-19 con el que hemos estado coexistiendo estos últimos meses.

El Plan de Implantación se compone de ocho fases, que se abordan en siete, puesto que en comunicación no hemos desglosado la interna y la externa.

El primer paso del Plan de Implantación es la fase Previa o Preparación, consistente en la redacción de las políticas de RSC, como las mencionadas en el marco teórico ISO 26000 y Libro Verde; y en establecer el código de conducta a seguir por la entidad, en este caso, la adecuación a las ODS. En el caso de COFARTE, es la dirección de la organización quien ha tomado el compromiso de llevar a cabo este proceso de implantación, así como la identificación del equipo que llevará se encargará de la ejecución de dicho proceso.

En la fase de Diagnóstico, se revisa la misión y visión empresarial, anteriormente ya expuesta, que coinciden con la RSC, es decir, si efectivamente la misión y visión de COFARTE acoge los valores de RSC. Se deben identificar los grupos de interés, farmacias socias y población consumidora en general, su incidencia y el análisis actual de la empresa en relación a los distintos compromisos de la RSC. La gestión de la RSC parte de un análisis interno de los procesos, sistemas, políticas y prácticas y un análisis externo de los consumidores, proveedores, comunidades y marco jurídico, es decir, que abarque todos los ámbitos como nos recuerda el principio de RSC de carácter global. Por parte de la empresa, los análisis se han llevado a cabo de manera satisfactoria, pero consideramos que se debe añadir un análisis externo de consumidores objetivos que nos ayude a entender si realmente sus competencias están llegando a alcanzar la dimensión externa deseada. Por ello, hemos realizado una encuesta a dicho target específico.

Para poder valorar de qué forma incide una cooperativa farmacéutica en la población y, a partir de ahí poder evaluar y determinar las pautas a seguir para desarrollar la RSC en COFARTE, elaboramos una encuesta a un total de 84 individuos. En ella, hemos incluido varios bloques de preguntas, por un lado, demográficas, de edad, género y profesión; y, por otro lado, bloques de preguntas relacionadas con el estudio propuesto, como el grado de conocimiento del funcionamiento de una cooperativa farmacéutica, su grado de implicación en materia de RSC o el vínculo entre la RSC y el sector farmacéutico.

La tercera fase de Planificación Estratégica, es en la que se establece el Plan de Actuación en materia de RSC, y en ella se proponen los objetivos a alcanzar, se definen las acciones a

realizar en cada área y se establecen los recursos necesarios. Requiere definir con claridad las estrategias a seguir y las operaciones que deben seguirse para lograr las metas; estableciendo el modelo de implantación y la posibilidad de establecer indicadores o acogerse a normativas reguladoras. La Cooperativa ya ha desarrollado un Plan Estratégico 2019-2023 en el que se detallan los objetivos estratégicos a alcanzar, pero no son solo objetivos destinados al desarrollo sostenible únicamente. Por ello, se deberá realizar la clasificación de dichos objetivos de manera separada y organizándolos en sus respectivas metas dispuestas en la Agenda 2030.

En la fase de Implantación, con la información obtenida, se va a desarrollar el Plan de Actuación. Su finalidad es que la empresa pueda jerarquizar sus áreas de intervención en función de sus líneas estratégicas, de su impacto y de sus capacidades técnicas y económicas para llevarlas a cabo. En COFARTE, el Plan de Actuación se desarrolla sobre el Plan Estratégico con vigencia hasta 2023, pero consideramos necesario separar en un futuro la materia en RSC. Es indispensable disponer de lo anterior para realizar una comunicación completa y detallada ya que pueden quedarse acciones que se han realizado por el camino y que no sean comunicadas como se debiera.

La siguiente fase, llamada de Verificación, es en la que se van a evaluar el grado de consecución de los objetivos propuestos, se elabora el informe de resultados en base a dicha consecución, y se establecerá un plan de mejora. Tiene como objetivo medir el avance de los procesos y la obtención de resultados para asegurar que el sistema es eficaz y que se alcanzan los objetivos. Este puede variar dependiendo de la planificación estratégica diseñada. Según COFARTE determine su Plan de Actuación en RSC, podrá realizar su posterior verificación.

La fase de Comunicación, interna y externa, dará lugar a la exposición de los logros obtenidos en RSC, tras la consecución y verificación de los objetivos. Busca cambiar el enfoque de comunicación hacia uno centrado en la relación entre la empresa y sus grupos de interés, a través del diálogo interno como proceso permanente y el desarrollo de reportes de sustentabilidad. Esta fase está implementada en COFARTE, apoyada siempre por el departamento de Marketing y Comunicación de la Cooperativa.

En la generación de Engagement por parte de COFARTE, enfocado a los grupos de interés, se han creado iniciativas de RSC acordes con las directrices marcadas. De forma interna, y en el compromiso de no producir más residuos para mejorar el medio ambiente, se crearon botellas de agua reutilizables para los trabajadores para evitar los plásticos de un solo uso. Y para las oficinas de farmacia, se creó la iniciativa de modificar las bolsas de plástico, por bolsas de papel con diseño de Marketing incluyendo el eslogan “En esta bolsa además de medicamentos llevas todo nuestro cariño. #saldremosdeesta #sumamostodos”; en especial alusión a los momentos de incertidumbre que hemos pasado en este estado de alarma generado por la pandemia Covid-19.

Una de las finalidades de la RSC en la empresa es la mejora de la imagen corporativa y, COFARTE, ya realizó su nueva identidad visual corporativa en 2019 para poder reforzar su comunicación comercial, haciendo llegar estas prácticas a su cliente potencial (véase anexo 2, Nueva Identidad Visual Corporativa creada en 2019). Para ello la empresa ha utilizado las

herramientas 2.0 y el marketing digital como propulsor de la marca institucional.

Y, por último, en la fase de Aprendizaje, el propósito es aprender de la experiencia para eliminar o mitigar las debilidades detectadas y potenciar las fortalezas en el siguiente ciclo de gestión. Convirtiendo la implantación de la RSC en un proceso continuo, de valoración de los errores cometidos, los cuales transformaremos en información positiva para el plan y se procederá a la elaboración de un nuevo Plan de Actuación. Reiteramos la necesidad de la creación de un Plan de Actuación de RSC para ir uniendo todas las fases en orden y coherencia, de esta manera no habrá errores por omisión ni una comunicación incompleta. Así, se llegará a realizar una verdadera promoción de la Responsabilidad Social Corporativa.

### **3.2. COFARTE COMO EMPRESA SUSTENTABLE**

La Cooperativa promociona su Responsabilidad Social Corporativa mediante la frase: “Queremos devolver a la sociedad lo que la sociedad nos ha dado”; entendiendo no solo la sociedad como un colectivo de personas sino como un entorno global donde socios titulares de farmacia, equipo humano de la Cooperativa y de las farmacias, y población en general, conviven en un medio ambiente saludable y sostenible. El compromiso con la sociedad canaria en el que trabaja COFARTE se forja en cuatro pilares fundamentales, los cuales poseen su propia identidad visual corporativa en consonancia a la imagen de COFARTE.

1. ECOFARTE (véase anexo 2, Logotipo de ECOFARTE): engloba todas las acciones promovidas por la Cooperativa que caminan de la mano hacia un medioambiente sostenible, en beneficio de la biodiversidad y a favor del uso de energías renovables para el autoabastecimiento.
2. COFARTE AYUDA (véase anexo 2, Logotipo de COFARTEAYUDA): proyectos sociales que tienen por objeto la promoción de la salud en todos sus ámbitos.
3. Voluntariamente COMPROMETI2 (véase anexo 2, Logotipo de Voluntariamente COMPROMETI2): iniciativas como Empresa Familiarmente Responsable (EFR), Empresa Saludable y las acciones de voluntariado.
4. CANARIAMENTE (véase anexo 2, Logotipo de CANARIAMENTE): iniciativas de desarrollo profesional que repercutan directamente en nuestra Comunidad, mentoring y desarrollo profesional a farmacéuticos recién titulados y grupos de interés.

Pero, si solo tenemos en cuenta los anteriormente mencionados como los pilares fundamentales de su RSC, no estaríamos viendo la totalidad real de su composición y de su sustento. Para que se pueda entender, nos vamos a remitir a la construcción de unas de las basílicas más sagradas de Europa, la Basílica de San Pedro. Según la creencia popular, el columnado, que se puede divisar fuera de la basílica, simboliza dos grandes brazos abiertos para el recibimiento de los peregrinos que desean visitar el lugar. Estos pilares no son la esencia misma de la sagrada basílica, pero sí una parte fundamental para que los fieles se sientan acogidos en su llegada. Remitiéndonos a COFARTE, los grandes brazos son los cuatro pilares que comentamos anteriormente, ECOFARTE, COFARTE AYUDA, Voluntariamente COMPROMETI2 y

CANARIAMENTE. Ellos se encargan de acoger a todos los socios, farmacias, equipos y población, en general, en la bienvenida a nuestra RSC de la Cooperativa. Pero el corazón mismo de su RSC, su basílica por excelencia, es donde comienza su proceso de distribución: el almacén de COFARTE. Ahí, es donde la dirección de la Cooperativa ha basado todos sus esfuerzos estos últimos años, con mejoras tecnológicas y logísticas continuas, cambios estructurales de departamentos, actualizaciones frecuentes de sistemas informáticos y de robotización, adaptación de sus sistemas para el uso de energías renovables, adecuación de las instalaciones para generar un fácil acceso, prevención de riesgos con medidas de evacuación, etc. Todo ello para facilitar una cadena de suministro lo más eficaz y efectiva posible, cumpliendo así su fin último, la distribución de medicamentos a toda la población canaria.

COFARTE es consciente de que, hoy más que nunca, es imprescindible ser una empresa sustentable con su entorno y, en camino de su adaptación, desea en un futuro muy próximo unirse a la Agenda 2030 compartiendo sus objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Para ello y como comentamos en el punto anterior con la fase de Planificación Estratégica, analizaremos y seleccionaremos los objetivos y respectivas metas que han llevado a cabo hasta ahora, organizándolas en el marco de las metas correspondientes a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que se publicó por el Gobierno de España el 20 de febrero de 2019.

## **OBJETIVO 1: FIN DE LA POBREZA**

### **Meta 1.2 Reducción de la pobreza relativa en todas sus dimensiones.**

- COFARTE AYUDA: Proyectos sociales que tienen por objeto la promoción de la salud en todos sus ámbitos, con colaboraciones anuales para la reducción de la pobreza con Unicef (véase anexo 3, Campaña UNICEF 2019) y Cruz Roja, entre otros. Se realizan donaciones directas, por parte de la cooperativa, e indirectas, las farmacias, tanto monetarias como en especie, pañales, productos de higiene y primera necesidad, por ejemplo.

## **OBJETIVO 2: HAMBRE CERO**

### **Meta 2.1 Poner fin al hambre.**

- COFARTE AYUDA: Proyectos sociales que tienen por objeto la promoción de la salud en todos sus ámbitos con colaboraciones anuales con Banco de Alimentos, a través del Telemaratón Solidario celebrado por Mirame Tv. Se realizan donaciones directas y monetarias, por parte de la cooperativa, e indirectas y en especie (productos de alimentación reunidos en una cubeta solidaria), por parte de las farmacias.

### **Meta 2.2 Poner fin a todas las formas de malnutrición.**

- Colaboraciones con nutricionistas especializados para posts y publicaciones frecuentes en las redes sociales.
- Creación de marca propia: Esencia de Salud Nutrición (véase anexo 2, Logotipo de Esencia de Salud Nutrición), para la divulgación de hábitos de consumo y pautas nutricionales con el fin de llegar al consumidor final.
- Voluntariamente COMPROMETI2: iniciativas como Empresa Saludable. La Cooperativa pone a disposición de sus empleados hábitos de vida saludable promoviendo la



actividad física. Cabe mencionar la creación de un gimnasio para los empleados en las instalaciones de COFARTE.

### **OBJETIVO 3: SALUD Y BIENESTAR**

#### **Meta 3.2 Eliminar la mortalidad infantil.**

- COFARTE AYUDA: Proyectos sociales que tienen por objeto la promoción de la salud en todos sus ámbitos con colaboraciones anuales con Unicef (véase anexo 3, Campaña UNICEF 2019). Se realizan donaciones directas, por parte de la cooperativa, e indirectas, las farmacias, únicamente económicas.

#### **Meta 3.3 Poner fin a las enfermedades transmisibles.**

- Divulgación en las redes sociales de la Cooperativa y envío de materiales promocionales relacionados con las campañas de la salud, para la igualdad y los servicios sociales impulsadas por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

#### **Meta 3.8 Lograr la cobertura universal y acceso medicamentos.**

- COFARTE es una pieza fundamental de la cadena de distribución, controlando la calidad y el efecto en los pacientes, por su compromiso de entrega y volumen de distribución en las farmacias de la provincia, y es punto de apoyo importante para la cooperativa de la provincia de Las Palmas, con un fuerte compromiso con la calidad a través del cumplimiento de las Buenas Prácticas de Distribución (BPD).
- La normalización de las tareas, la interiorización de los requisitos y el trabajo en equipo, son aspectos que ayudan a garantizar el correcto cumplimiento de estas Prácticas, día tras día se llevan a cabo importantes esfuerzos por lograr el cumplimiento de estos requisitos. Así logramos la consecución de los objetivos marcados para lograr la meta final.
- Para que los medicamentos con suministro inestable e insuficiente se repartan en el mayor número de farmacias posible, y los pacientes puedan acceder a su medicación en cualquier punto de nuestro territorio, establecemos pautas de trabajo específicas.
- La máxima calidad garantizada en la distribución y en los procesos que conlleva, aseguramos el acceso a los medicamentos de toda la población (véase anexo 3, Furgones de COFARTE para la distribución de medicamentos y productos farmacéuticos).
- COFARTENECASA: un servicio de envío a domicilio de la Cooperativa que garantiza la atención farmacéutica en el marco del COVID-19.

#### **Meta 3.A Control del tabaco.**

- Divulgación en las redes sociales de la Cooperativa y envío de materiales promocionales relacionados con las campañas de la salud, para la igualdad y los servicios sociales impulsadas por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

#### **Meta 3.D Refuerzo en la gestión de riesgos sanitarios.**

- Para la conservación de cadena de frío en continuo, contamos con una cámara de refrigeración de 85 m<sup>2</sup> en la que se diferencian varias zonas de trabajo a temperatura según normativa. También hemos invertido en la continuidad de este servicio equipando nuestros vehículos de reparto con neveras eléctricas de conservación continua. Es decir,

aseguramos que los medicamentos llegan a ellas en las mejores condiciones de conservación y, por tanto, con su calidad intacta.

- Para evitar la entrada de productos falsificados y asegurarnos que los medicamentos solo se dispensen en las oficinas de farmacia o en los servicios de farmacia hospitalaria autorizados legalmente, comprobamos la legalidad de nuestros proveedores.
- El retorno al canal de venta de medicamentos devueltos se hace según los criterios establecidos por la legislación vigente.
- Buenas prácticas para la prevención de la pandemia Covid-19, con medidas como:
  - La intensificación de los procesos de limpieza y desinfección de todos los materiales y zonas de almacén y oficinas de la Cooperativa.
  - Poner a disposición de los empleados el material de prevención del COVID-19 para poder realizar su trabajo con total seguridad (mascarillas, guantes, geles hidroalcohólicos). Además de desplazar el 25% de los puestos a la realización de teletrabajo como medida preventiva.
  - Carteles informativos tanto digitales en redes sociales como en papel situadas por toda la Cooperativa y por las farmacias socias (véase anexo 3, Buenas prácticas para la prevención de la pandemia Covid-19).
  - Ofrecer a las farmacias el acceso a productos COVID como son las mascarillas, los guantes, los alcoholes y las soluciones higienizantes, los termómetros...
  - Ofertas de compra para las farmacias socias de mamparas de protección, dispensadores de pie de gel hidroalcohólico, y vinilos de suelo para el distanciamiento de seguridad.

#### **OBJETIVO 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD**

##### **Meta 4.3 Asegurar el acceso igualitario a la formación superior.**

- Experto universitario en asesoramiento profesional en la oficina de farmacia, curso online de 18 ECTS, de COFARTE y la ULL.

##### **Meta 4.7 Fomentar la educación Global para el Desarrollo Sostenible.**

- ECOFARTE: Divulgación en las redes sociales de la Cooperativa y envío de materiales promocionales relacionados con las campañas para el Desarrollo Sostenible impulsadas por SIGRE o creadas directamente desde COFARTE.

#### **OBJETIVO 5: IGUALDAD DE GÉNERO**

##### **Meta 5.1 Poner fin a la discriminación.**

- COFARTE se compromete en su Convenio Colectivo a unas condiciones laborables y a una formación activa para todos sus empleados, indistintamente de su género o capacidad. La Cooperativa cuenta con un II Plan de igualdad, actualizado, y un Protocolo para la Prevención y Actuación en casos de Acoso Sexual y Acoso por razón de Sexo 2014/2018.

##### **Meta 5.2 Eliminar todas las formas de violencia de género.**

- Divulgación en las redes sociales de la Cooperativa y envío de materiales promocionales relacionados con las campañas de la salud, para la igualdad y los servicios sociales

impulsadas por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

**Meta 5.5 Asegurar la participación plena de la mujer e igualdad oportunidades.**

- COFARTE se compromete en su Convenio Colectivo a unas condiciones laborales y a una formación activa para todos sus empleados, indistintamente de su género o capacidad. La Cooperativa cuenta con un II Plan de igualdad, actualizado, y un Protocolo para la Prevención y Actuación en casos de Acoso Sexual y Acoso por razón de Sexo 2014/2018.

**Meta 5.6 Asegurar el acceso salud sexual y reproductiva y derechos reproductivos.**

- Divulgación en las redes sociales de la Cooperativa y envío de materiales promocionales relacionados con las campañas de la salud sexual impulsadas por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.
- Distribución de una amplia variedad de productos de salud sexual a todas las Oficinas de Farmacia de la provincia.

**OBJETIVO 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE**

**Meta 7.2 Aumento de las energías renovables.**

- ECOFARTE: Dispone de una planta fotovoltaica para autoconsumo que logra generar de un 8 a un 10% de la energía necesaria para el funcionamiento de COFARTE, exactamente 93,72 MWh de energía solar al año, lo que supone un ahorro de 9.372 euros anuales (véase anexo 3, Planta fotovoltaica situada en la azotea del edificio).

**OBJETIVO 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**

**Meta 8.2 Elevar la productividad a través de la diversificación, tecnología e innovación.**

- Se está trabajando en la optimización de los sistemas de robotización KNAPP (sistema de automatización). Además de la instalación de un robot específico para el despacho de las devoluciones y sobrantes de almacén, lo que reduce el número de unidades que deben despacharse en el OSR (Sistema de almacenamiento de lanzadera) y disminuye el tiempo de espera en dicha estación (véase anexo 3, Sistema de robotización en la parte central del edificio).

**Meta 8.4 Mejora de la producción y consumo eficiente y respetuoso.**

- ECOFARTE: Modificación de la iluminación tradicional, hacia iluminación LED en las instalaciones, traducido en un ahorro del 80% del consumo anual, aproximadamente, desde hace varios años. Esta reducción también se pone de manifiesto en una notable disminución del daño al medio ambiente.
- ECOFARTE: Posee un vehículo eléctrico, Hyundai Ioniq, y su correspondiente punto de conexión en el parking de socios. Este automóvil genera cero emisiones de escape y cuenta con una batería de iones de litio, lo que se traduce en una reducción de la contaminación anual al disminuir el uso de combustibles fósiles.

**Meta 8.5 Lograr el pleno empleo y trabajo decente.**

- Voluntariamente COMPROMETI2: iniciativas como Empresa Familiarmente Responsable (EFR), un movimiento internacional que se encarga de dar respuestas en materia de responsabilidad y respeto a la conciliación de la vida familiar y laboral.

- La Cooperativa posee un Convenio Colectivo, donde recogen todos los derechos y obligaciones del trabajador y de la empresa, y un Comité de Empresa, que vela por las necesidades de los empleados.
- El equipo humano de COFARTE está en un proceso de formación continua ya que la formación constituye para la Cooperativa un punto clave en su operativa diaria.

#### **Meta 8.8 Protección de los derechos laborales y trabajo seguro.**

- Además del Convenio Colectivo, la empresa pone a disposición del empleado y del alumno en prácticas un Manual de Acogida, donde se incluye el Programa de Prevención de Riesgos Laborales (véase anexo 3, La Mutua de Accidentes de Canarias (MAC) concediendo a COFARTE el “Premio Alberto Guancho” a las mejores prácticas preventivas en las empresas en su edición de 2019).
- PROYECTOS EN MARCHA: Renovación de los sistemas contra incendios.

### **OBJETIVO 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA**

#### **Meta 9.1 Desarrollo de Infraestructura sostenible.**

- ECOFARTE: Creación de una planta fotovoltaica situada en la azotea del edificio generadora de energía para autoabastecimiento cuya energía limpia reduce la huella de CO2.

#### **Meta 9.4 Modernización de la infraestructura, tecnología limpia.**

- Con respecto al cumplimiento de las BPD, ha invertido en infraestructuras y lo sigue haciendo constantemente para garantizar que los medicamentos se reciben libres de contaminación, se almacenan en zonas controladas, separadas e identificadas y la expedición está aislada según la normativa.
- Realiza auditorías periódicas a sus proveedores de servicios para verificar el cumplimiento de todos los puntos establecidos en acuerdos técnicos y las validaciones continuas de equipos y procesos con el fin de asegurar que cumplen con los requisitos de la normativa sanitaria que les afecta.
- PROYECTOS EN MARCHA: Ampliación de las neveras.

#### **Meta 9.B Desarrollo de la tecnología, investigación e innovación.**

- Se ha realizado la virtualización de los servidores de SAP (Sistema de Gestión), consiguiendo alta disponibilidad de los mismos y recuperación inmediata frente a posibles desastres.
- Se está desarrollando un plan para replicar su Centro de Procesamiento de Datos (CPD) en la nave anexa.
- Instalación de Inteligencia Artificial a través del uso de cámaras de fotos por capas para realizar a las cubetas. Esta información se utiliza para un análisis interno del proceso logístico identificando y monitorizando todas las fases del sistema de flejado (véase anexo 3, Inteligencia Artificial de control a través de imágenes por capas).

#### **Meta 9.C Aumento del acceso a TIC e Internet.**

- PROYECTOS EN MARCHA: Comunicaciones de fibra óptica en CPD (Centro de Procesamiento de Datos) y plantas.
- PROYECTOS EN MARCHA: Instalación de una red Wi-Fi escalable.

## **OBJETIVO 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES**

### **Meta 10.2 Promoción de la Inclusión social, económica y política.**

- Voluntariamente COMPROMETI2: iniciativas como las acciones de voluntariado en el Programa Tenerife Solidario del Cabildo de Tenerife con empresas como DOWNTenerife, Asociación para la Diabetes de Tenerife y Fundación Tutelar Canaria Sonsoles Soriano Bugnion. También han colaborado con Baloncesto de Corazón.

## **OBJETIVO 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES**

### **Meta 11.C Apoyo a la construcción de edificios sostenibles y resilientes en PMAs.**

- PROYECTOS EN MARCHA: Caracterización térmica del edificio.
- Instalación, en la cubierta del edificio, de una unidad de tratamiento del aire exterior (D-AHU) de bajo consumo energético (véase anexo 3, Unidad de tratamiento del aire exterior (D-AHU) de bajo consumo energético), en agosto de 2019, la cual diluye los contaminantes creados por el número de personas; la frecuencia de la limpieza personal; el grado de actividad del equipo humano; el volumen del espacio interior; la calidad del aire exterior y las emisiones volátiles provenientes de materiales y mobiliario.
- ECOFARTE: Creación de huerto urbano ecológico en las instalaciones de COFARTE y espacio como zona verde (véase anexo 3, ECOFARTE, huerto urbano y zonas verdes).

## **OBJETIVO 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES**

### **Meta 12.4 Gestión de desechos y productos químicos.**

- SIGRE: COFARTE colabora con SIGRE, entidad que garantiza la correcta gestión medioambiental de los envases y restos de medicamentos de origen doméstico, a través de la recogida de medicamentos en las farmacias, para su posterior tratamiento (véase anexo 3, Buenas prácticas para una correcta gestión del punto SIGRE en la farmacia a través de COFARTE).

### **Meta 12.5 Prevención, reducción, reciclado y reutilización de desechos.**

- ECOFARTE: Reciclaje de residuos en las instalaciones, tanto de la parte del almacén como en las oficinas. Se han instalado cubos de reciclaje diferenciados por tipología en cada una de las plantas (véase anexo 3, ECOFARTE, cubos de reciclaje por tipología) y servicio de recogida de los contenedores de COFARTE por parte de la empresa URBASER.
- ECOFARTE: Incorporación de un servicio de dispensación de agua potable mediante osmosis inversa para uso exclusivo del personal de la Cooperativa así se consigue reducir el consumo de botellas de agua de plástico de un solo uso (véase anexo 3, ECOFARTE, sistema de dispensación de agua por osmosis inversa).

### **Meta 12.8 Asegurar la educación para el Desarrollo Sostenible.**

- Divulgación en las redes sociales de la Cooperativa y envío de materiales promocionales relacionados con las campañas para el Desarrollo Sostenible impulsadas por SIGRE o creadas directamente desde COFARTE (véase anexo 3, Buenas prácticas para una correcta gestión del punto SIGRE en la farmacia a través de COFARTE).

## **OBJETIVO 13: ACCIÓN POR EL CLIMA**

### **Meta 13.3 Mejora de la Educación y sensibilización medioambiental.**

- ECOFARTE: Divulgación en las redes sociales de la Cooperativa y envío de materiales promocionales relacionados con las campañas para el Desarrollo Sostenible impulsadas por SIGRE o creadas directamente desde COFARTE.
- ECOFARTE: Venta de bolsas de papel para reducir el consumo de bolsas de plástico en las farmacias con el slogan “En esta bolsa además de medicamentos llevas todo nuestro cariño. #saldremosdeesta #sumamostodos” (véase anexo 3, Bolsas de Papel).

## **OBJETIVO 14: VIDA SUBMARINA**

### **Meta 14.1 Prevención y reducción de la contaminación marina.**

- ECOFARTE: Facilitar botellas reutilizables al personal de la empresa para reducir el uso de residuos de plásticos (véase anexo 3, Botellas reutilizables).
- Promover la devolución de las cintas de flejado de las cubetas a la Cooperativa para su posterior reciclaje (véase anexo 3, Buenas prácticas para una correcta gestión de la recogida para su reciclaje de las cintas de flejar).

## **OBJETIVO 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS**

### **Meta 16.1 Reducción de todas las formas de violencia.**

- Divulgación en las redes sociales de la Cooperativa y envío de materiales promocionales relacionados con las campañas de la salud, para la igualdad y los servicios sociales impulsadas por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

## **OBJETIVO 17: ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS**

### **Meta 17.17 Fomento de alianzas público-privadas.**

- COFARTE ha creado alianzas con las organizaciones sanitarias tanto públicas como privadas como el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, Colegio Oficial de Farmacéuticos (véase anexo 3, Alianza sólida con el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Tenerife. En la foto, a la izquierda el presidente del COF Tenerife don Manuel Ángel Galván y a su derecha el presidente de COFARTE, don Joaquín Luño), SIGRE, etc.

Con estas acciones clasificadas en sus respectivas metas y objetivos, tenemos una idea más clara y organizada del compromiso de COFARTE en RSC. Desde este momento se podría realizar un Plan de Actuación teniendo en cuenta lo mencionado que se completará con el análisis de clientes para dotarlo de la perspectiva global sobre la realidad que les afecta.

## 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

### 4.1. ENCUESTA A UN TARGET ESPECÍFICO

Comenzamos este apartado con el análisis, anteriormente citado, de los clientes finales del sector farmacéutico. Para poder llevar a cabo el estudio de los grupos de interés, en este caso los consumidores, hemos desarrollado una encuesta con el fin de determinar de qué forma influye en ellos las cooperativas farmacéuticas, la RSC y más concretamente COFARTE.

El propósito era determinar si el target específico es consciente de la existencia de las variables en las que trabaja la cooperativa a diario para poder desarrollar la política de RSC, cómo les influye, cuál es el grado de compromiso de esta, y en qué medida conocen las actuaciones que se hacen para la mejora del medio ambiente, genera confianza, crea conciencia y fomenta el cambio social. El target, clientes potenciales, son personas entre los 18 y 60 años que viven en la provincia de Santa Cruz de Tenerife y de cualquier profesión, ya que todos tienen que acudir por necesidad a una farmacia en busca de medicamentos o productos de primera necesidad.

De las respuestas extraídas de la encuesta, es mayor el número de hombres que el de mujeres, todos ellos comprendidos entre los 25 y 40 años, con múltiples profesiones y casi todos del área metropolitana de la isla de Tenerife.

Una parte importante del estudio era saber si el target al que nos estábamos dirigiendo conocía la definición y función de una cooperativa farmacéutica, y esto dio como resultado que el 47,6% de los encuestados sabe lo que es y cómo funciona una cooperativa farmacéutica. El 52,4% sabía que una cooperativa farmacéutica satisface las necesidades y el abastecimiento, y además genera valor añadido a las oficinas de farmacia. El 90,5% conocía COFARTE, y en la pregunta acerca de por qué se hace uso de los productos farmacéuticos, el 72,6% indicaron que el principal motivo era la confianza que le transmitían los propios farmacéuticos, a diferencia del 17,9% que solo hace uso de ellos por necesidad.

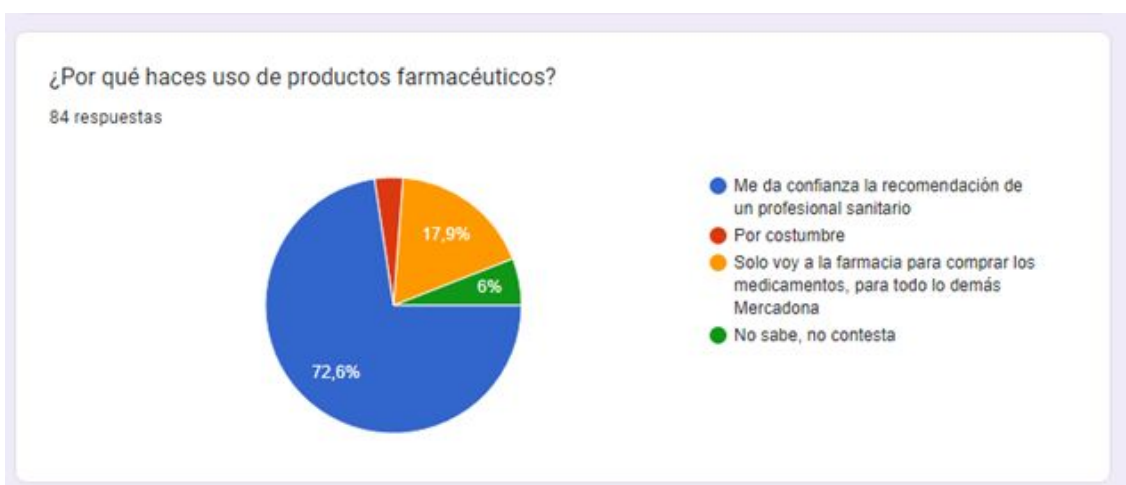


Gráfico 1: Encuesta target específico de la RSC, realizado en Google Forms.

Otro gran bloque de preguntas lo basamos en el conocimiento que tiene la población acerca de

la RSC, de lo que pudimos deducir que sólo el 22% de los encuestados tenía claro el concepto, el 77,4% conocía el impacto que produce en los entornos en los que opera y el 73,8% cree, a su propio juicio, el compromiso que posee la RSC es tanto con la sociedad y el medio ambiente como con la empresa y su entorno. Con respecto al beneficio que puede existir para la empresa después de haber invertido en RSC, el 81% de los encuestados considera que existe dicho beneficio y que es tanto económico como social. La creación de valor de las empresas es un pilar fundamental a tener en cuenta a la hora de desarrollar cualquier estrategia, y quisimos saber cuál era la idea que tenía el target sobre esto, y el 100% de los encuestados considera que es una forma de creación de valor, pero por diferentes motivos como podrían ser: la publicidad, minimizar el impacto social y ambiental y porque reporta un beneficio extra.



Gráfico 2: Encuesta target específico de la RSC, realizado en Google Forms.

Para finalizar quisimos analizar más profundamente la existencia de RSC en el sector farmacéutico, y para ello desarrollamos varias preguntas para medir el grado de compromiso de las farmacias y de las cooperativas con las diferentes variables incluidas en la RSC, como lo son el medio ambiente y la sociedad.

Del compromiso que consideran que tiene el sector farmacéutico con el Medio Ambiente, solo el 20,2% cree que es muy alto en cuanto al reciclaje, el uso de productos no desechables, etc... y solo el 14,3% considera que el compromiso es muy alto cuando hablamos del uso de energías renovables. Del compromiso que tiene con la Sociedad, los datos son más positivos, puesto que el 45,2% considera alto el grado de compromiso general, pero solo el 27,4% lo considera al mismo grado cuando preguntamos por las ayudas a ONGs u otras entidades de naturaleza similar.

Los resultados de la encuesta nos han revelado que la población considera que el grado de compromiso que tienen las Farmacias con el Medio Ambiente (reciclaje de medicamentos, bolsas de papel en vez de plástico, etc...) es inferior al que tienen con la Sociedad, el 45,2% de los encuestados confirmó un grado bastante alto en compromiso con la Sociedad. En cambio, el 38,1% de los encuestados posiciona al alza el compromiso de las cooperativas farmacéuticas,



justamente, al contrario, con el Medio Ambiente.

Como dato positivo, podemos decir que el 58,3% de los encuestados cree que COFARTE actúa de forma adecuada y promueve valores de RSC hacia las farmacias.

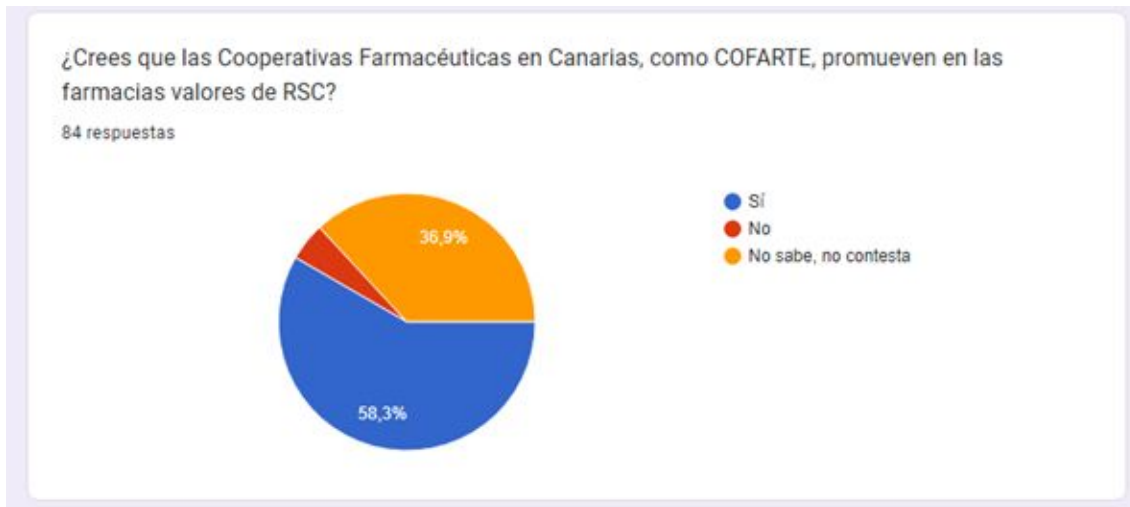


Gráfico 3: Encuesta target específico de la RSC, realizado en Google Forms.

## 4.2. FASES DE IMPLANTACIÓN DE LA RSC DE COFARTE

Como comentamos en la metodología de este trabajo, el primer paso que se debe dar hacia una implementación de una RSC eficiente es la creación de un Plan de Implantación el cual dispone de varias fases que deben realizarse de manera individual y consecutiva. Al analizar la Cooperativa nos hemos dado cuenta de que se ha ido realizando a lo largo de los años según ha aumentado la capacidad logística de la empresa.

En la primera fase, la fase Previa o Preparación, han estado bajo la tutela del departamento de Calidad que controla y verifica que se cumplan las políticas y normativa de calidad y de BDP (Buenas Prácticas de Distribución). A nuestro juicio, lo ideal sería adaptarse a la legislación de la ISO 26000 para conseguir una buena base en política de calidad en RSC.

En la fase de Diagnóstico, han realizado sus análisis internos y externos, pero consideramos que es de vital importancia el conocimiento de la población en materia de RSC y de cooperativas farmacéuticas y sus funciones; por ello, la creación de la encuesta, cuyos resultados, ya anteriormente analizados en este apartado, han sido muy reveladores.

La tercera, la fase de Planificación Estratégica, la han ido forjando estos últimos años a través del Plan Estratégico 2019-2023, pero es conveniente que se separe un Plan Estratégico de otro para controlar mejor las medidas en RSC.

La fase de Implantación, es decir, cuando se desarrolla el Plan de Actuación, y la posterior fase llamada de Verificación, han existido en todo el proceso de RSC de la Cooperativa, por lo tanto, podemos considerar que tienen una implantación continuada de la RSC; junto a la Fase de

Comunicación, interna y externa, que está en pleno desarrollo gracias a sus departamentos de Recursos Humanos y de Marketing y Comunicación.

Por último, obviamente, la fase de Aprendizaje es en la que se encuentran en este momento, intentando adaptarse a los cambios del entorno y, actualmente, haciendo los trámites para acogerse a los requisitos de la Agenda 2030 con sus objetivos y metas específicas en RSC.

## **CONCLUSIONES.**

En primer lugar, nos gustaría remitirnos a las dimensiones de la ONU (Organización de las Naciones Unidas) para un desarrollo sustentable (véase anexo 1, Cinco principios del desarrollo sustentable). Las dimensiones comenzaron siendo la ambiental, la social y la económica, es decir, una sociedad con una economía responsable genera la equidad en el mundo, la responsabilidad de un medio ambiente cuidado crea un lugar vivible para la sociedad, y la creación de políticas económicas en pos del medio ambiente conllevarán a negocios sostenibles y viables. A lo largo de estos últimos años, la sociedad y el entorno han ido evolucionando a pasos agigantados y como era previsible, ha derivado una adaptación a la nueva situación actual. Un mundo en paz y a favor de las alianzas entre países, empresas y sociedades, en general, es el escenario ideal para poder generar el ansiado desarrollo sustentable. Por ello, como aclaramos en la normativa europea, las Naciones Unidas mencionan en su Agenda 2030, las cinco dimensiones que conforman un desarrollo sustentable: planeta o ambiental, personas o sociedad, prosperidad o economía, paz y alianzas. Con esto, queremos hacer ver, que no solo somos un individuo o empresa aislada con nuestro entorno y nuestra sociedad. A todos nos gusta sentir que tenemos un papel primordial en este mundo, pero no podemos perder de vista que solos no podemos conseguir el mismo alcance ni magnitud que conseguiríamos aunando nuestros esfuerzos para llegar a un desarrollo sostenible y sustentable. Como ya se mencionó en un eslogan de COFARTE, “Porque juntos, llegamos más lejos”.

Para poder centrarnos en la RSC de COFARTE, decidimos seguir el camino de las Fases de Implantación. De esta manera, hemos podido extraer toda la información necesaria de cada etapa y además, añadiendo información extra sobre los consumidores finales, que consideramos de vital importancia para el conocimiento del mercado, e indagando en las acciones en materia de RSC en las que COFARTE está inmerso. Nosotras, para nuestra conclusión, solo mencionaremos las más relevantes en este estudio.

1. Analizar la Fase de Diagnóstico nos aportó mucha información sobre el análisis interno, mientras que en el externo quisimos centrarnos, no solo en los intereses de las farmacias socias, que ya teníamos claros, sino de la población consumidora en general, ya que sus conocimientos inciden en sus hábitos de consumo con relación a su compromiso de compra en la farmacia, que retorna también en una compra en la Cooperativa. Para ello, difundimos una encuesta, la cual nos confirmó que el principal motivo por el cual compraban en una farmacia es por la confianza que transmite el propio farmacéutico, exactamente un 72,6% de los encuestados. También nos reveló

que el 90,5% conocía COFARTE y el 58,3% de los encuestados cree que COFARTE actúa de forma adecuada y promueve valores de RSC hacia las farmacias. Esto nos indica que, tanto las farmacias como las Cooperativas, pueden influir en mayor o menor medida en los hábitos de compra del cliente, por lo que, no es de extrañar que también influya en los hábitos de su calidad de vida. Aquí entra en juego también la Fase de Comunicación, interna y externa, que ayuda a dar a conocer la Cooperativa a los consumidores finales.

2. Fijándonos en la Fase de Planificación Estratégica, centrada en el Plan Estratégico 2019-2023, hemos podido ser conscientes del enfoque de la Cooperativa hacia un futuro próximo. Dentro de dicho Plan confluye una batería de estrategias destinadas a un desarrollo económico basado en la sostenibilidad y el compromiso. La inversión en desarrollo sostenible es un pilar fundamental de la Cooperativa lo que le reportará un feedback positivo desde la sociedad hacia la farmacia y/o Cooperativa y una forma de añadir valor a la entidad, tal y como confirman los encuestados, un 81% considera que existe un beneficio al invertir en RSC, tanto económico como social, y el 100% de los encuestados confirma que es una forma de creación de valor.
3. Con respecto a las Fases de Implantación y Verificación, hemos comprobado la consecución de dichas estrategias, anteriormente marcadas, y su grado de compromiso en la realización de las mismas ha sido totalmente satisfactorio. COFARTE es una empresa comprometida con sus objetivos, pero sobre todo, con aquellos que afectan a la sociedad y al medioambiente. Sin embargo, ¿podemos saber en qué medida dan importancia a unos frente a los otros? Los encuestados opinan que el grado de compromiso de las cooperativas es con el Medio Ambiente, mientras que las farmacias se centran más en la Sociedad, un 45,2% de los encuestados confirmó el compromiso de las farmacias con la Sociedad. La clave de esta cuestión es que, realmente, Cooperativa-Farmacia-Paciente es una cadena que contribuye, desde todos sus eslabones, a maximizar las acciones individuales y a minimizar el impacto ambiental y social; por lo que, la importancia no reside en la preferencia individual sino en la suma del conjunto. COFARTE refleja, como Cooperativa, un interés absoluto en conseguir ser una empresa sustentable en todas sus dimensiones.
4. Por último y no por ello menos importante, nos centramos en la Fase de Aprendizaje, la fase actual, en la cual COFARTE desea unirse a la iniciativa de las Naciones Unidas, la Agenda 2030. Por ello, decidimos realizar una clasificación de todas las acciones y proyectos que la Cooperativa tiene en marcha a corto y largo plazo, especificados en la metodología por tipo de objetivo y meta. Habiendo recopilado toda la información y ordenado en su respectivo lugar, consideramos que COFARTE posee una amplia variedad de acciones que pueden incidir de forma relevante en los objetivos de desarrollo sostenible que propone la Agenda 2030.

En conclusión, COFARTE, como cooperativa farmacéutica comprometida y sustentable, influye de manera directa e indirecta en los hábitos de la sociedad para mejorar su calidad de vida a través de una RSC efectiva, una RSC creadora de valor y que proporciona una rentabilidad a la

empresa, a la vez que minimiza el impacto ambiental y social de la misma Cooperativa y de sus socios. Tal y como corrobora en su Catálogo Corporativo Ed. 2018, “Y todo esto, como no podía ser de otra manera, bajo el marco legal que rige nuestro sector, para ofrecer un servicio excelente para la sociedad, con quien estamos plenamente comprometidos ya que gracias a ella y por ella, hemos llegado a ser la gran empresa que somos hoy, trabajando, siempre, por la mejora continua.”

Por tanto, bajo el amplio marco legal y las pautas recomendadas para conseguir una RSC efectiva en materia social y medioambiental, ponemos en lo alto de la pirámide el sentimiento generado por las responsabilidades éticas corporativas que envuelven (con su aura) todo este proyecto. Retomamos así la cita de una indiscutible fuente de inspiración, el gran Nelson Mandela, “Nunca tendrás un impacto en la sociedad si no cambias primero tu persona”.

## BIBLIOGRAFÍA

Cooperativa Farmacéutica de Tenerife, S.Coop., (2017), *Artículo 61 del Texto refundido Estatutos Sociales de la Asamblea General (2017) de COFARTE*.

Cooperativa Farmacéutica de Tenerife, S.Coop., (2018), *Catálogo Corporativo Cooperativa Farmacéutica de Tenerife*, (2018), Editorial: JS Comunicación.

Cooperativa Farmacéutica de Tenerife, S.Coop., (2020), *Manual de Acogida Cooperativa Farmacéutica de Tenerife*, (2020). Editorial: COFARTE.

Fernández García, R., *Responsabilidad social corporativa: Una Nueva Cultura Empresarial* [Ebook]. Recuperado de <https://elibro-net.accedys2.bbtk.ull.es/es/ereader/bull>

## CIBERGRAFÍA

Comisión Europea, (2001), *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa*. (2020). Recuperado: Marzo 2020, de: <https://observatoriosc.org/libro-verde-fomentar-un-marco-europeo-para-la-responsabilidad-social-de-las-empresas/>

Cooperativa Farmacéutica de Tenerife, S. Coop., *Página web corporativa COFARTE*. Recuperado: 1 Marzo 2020, de: <http://cofarte.es/>.

Crea360. (2020). *Fases de implantación. Las 8 fases de la RSE en la Empresa*. (2013, Septiembre 27) Recuperado: Mayo 2020, de: <https://desarrollolocal360.wordpress.com/>

Gestión.org, (2020), *¿Qué es el Desarrollo Sustentable? La idea que debería dar la vuelta al Mundo*. (2020). Recuperado: Abril 2020, de: <https://www.gestion.org/que-es-el-desarrollo-sustentable/>

Group, S. (2013, Noviembre 19) . *¿Qué es Sustentabilidad? | CCGS*. Recuperado: Mayo 2020, de: <http://ccgss.org/sustentabilidad/>

International Organization Standardization, (2010), *Normativa ISO 26000*. Recuperado: April 2020, de: [https://www.ifef.es/portalempleo/pdf/rsocial/normativa/nacional/iso\\_26000.pdf](https://www.ifef.es/portalempleo/pdf/rsocial/normativa/nacional/iso_26000.pdf)

Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Gobierno de España. *Agenda2030* (2020), *Agenda2030*. [online] Recuperado en: Abril 2020, de: <https://www.agenda2030.gob.es>

Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Gobierno de España. *Agenda2030 - Objetivos*, (2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado: Abril 2020, de <https://www.agenda2030.gob.es/objetivos>

Repensar Futuro, (2020), *Desarrollo Sustentable*. Recuperado: Abril 2020, de: <http://repensarfuturo.com/que-es-el-desarrollo-sustentable/>

# ANEXO

## ANEXO 1: RSC.



Imagen: Cinco principios del desarrollo sustentable.



Producción en colaboración con TROLLBACK COMPANY | TheGlobalSustainableBack.com | +1.212.608.1010  
Para cualquier duda sobre la utilización, por favor comuníquese con: ds@campaignforun.org

Cuadro estructura ODS.

**ANEXO 2: LOGOS COFARTE EN MATERIA RSC.**



Imagen: Nueva Identidad Visual Corporativa creada en 2019



Imagen: Logotipo de Esencia de Salud Nutrición.



Imagen: Logotipo de ECOFARTE.



Imagen: Logotipo de COFARTEAYUDA.



Imagen: Logotipo de Voluntariamente COMPROMETI2.



Imagen: Logotipo de CANARIAMENTE.

ANEXO 3: ODS.



Imagen: Campaña UNICEF 2019.



Imagen: Furgones de COFARTE para la distribución de medicamentos y productos farmacéuticos.



Imagen: Buenas prácticas para la prevención de la pandemia Covid-19





Imagen: Planta fotovoltaica situada en la azotea del edificio.



Imagen: Sistema de robotización en la parte central del edificio.



Imagen: La Mutua de Accidentes de Canarias (MAC) concediendo a COFARTE el "Premio Alberto Guancho" a las mejores prácticas preventivas en las empresas en su edición de 2019.



Imagen: Inteligencia Artificial de control a través de imágenes por capas.



Imagen: Unidad de tratamiento del aire exterior (D-AHU) de bajo consumo energético.



Imagen: ECOFARTE, huerto urbano y zonas verdes.



Imagen: ECOFARTE, cubos de reciclaje por tipología.

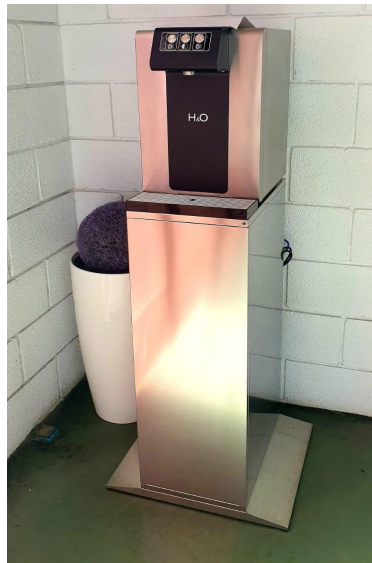


Imagen: ECOFARTE, sistema de dispensación de agua por osmosis inversa



### Qué depositar y no depositar en el Punto



Imagen: Buenas prácticas para una correcta gestión del punto SIGRE en la farmacia a través de COFARTE.

## Cariño para ti y tus pacientes

¡Hola! Hoy recibirás en tu farmacia estas bolsas de papel que desde COFARTE te regalamos **porque, además de medicamentos, llevan todo nuestro cariño para afrontar esta situación.**



Si te gustan y quieres pedir más, puedes hacerlo con el **C.N. 33008**

#LaCruzDeLaFarmaciaNoSeApaga  
#enrutafrentealCOVID19



Imagen: Bolsas de Papel



Imagen: Botellas reutilizables

## CINTA FLEJADORA DE CUBETAS

Una vez más, les pedimos colaboración solicitando que **todas las cintas de flejado** las envíen en una **única cubeta (la primera de la torre)**, en una **bolsa o caja de cartón aparte**, que se entregará en mano al **conductor de COFARTE**.



El cumplimiento de esta **BUENA PRÁCTICA** redundará en **BENEFICIO** de todos, *garantizando la correcta higiene de las cubetas y evitando atascos en el robot.*

Gracias de antemano.  
COFARTE, siempre contigo

#LaCruzDeLaFarmaciaNoSeApaga  
#enrutafrentealCOVID19

mayo 2020



Imagen: Buenas prácticas para una correcta gestión de la recogida para su reciclaje de las cintas de flejar.



Imagen: Alianza sólida con el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Tenerife. En la foto, a la izquierda el presidente del COF Tenerife don Manuel Ángel Galván y a su derecha el presidente de COFARTE, don Joaquín Luño.